L'IMAGE DES CANDIDATS DANS LA DÉCISION ÉLECTORALE

DANIEL BOY ET JEAN CHICHE

Tout au long de la campagne électorale précédant l'élection présidentielle du 22 avril 2007, les commentateurs politiques ont alimenté le débat autour des supposés « qualités » ou « défauts » des principaux candidats. Les quatre vagues d'enquêtes réalisées dans le cadre du Baromètre politique français ont effectivement confirmé l'importance de l'image des candidats dans la construction du choix électoral. Comment intervient ce facteur au moment même des choix décisifs ? Les images, on l'a vu lors des derniers mois de la campagne, ont rapidement évolué, notamment avec les polémiques autour de la « compétence » de S. Royal. On a trouvé trace de ces changements lors de la quatrième vague d'enquête du Baromètre politique français. Ces modifications sont-elles confirmées dans l'enquête pré-électorale ? Dans la période décisive, les quinze jours qui précédent le vote du 1er tour, les « images » sont-elles aussi déterminantes que dans les mois précédents ?

S'il se confirme ici que les images sont des facteurs importants du choix, peut-on d'autre part considérer qu'elles fonctionnent comme un mécanisme d'aide à la décision électorale : par exemple en permettant, lorsqu'elles sont fermes et cohérentes, d'établir le choix final plus précocement et/ou plus fermement ?

Enfin, le poids des images dans la décision électorale est-il de même nature lorsque le choix se réduit à deux candidats représentant sans ambiguïté des camps politiques opposés, ou les facteurs traditionnels d'explications du vote (proximités partisanes, positionnements gauche/droite) retrouvent-ils dans ce cas leur pouvoir explicatif ?

LES IMAGES DANS LA CAMPAGNE : ÉVOLUTIONS ET RÉGULARITÉS

Les évolutions d'images [1] depuis la première vague d'enquête du Baromètre politique français jusqu'à l'enquête pré-électorale récente ont été regroupées dans le tableau suivant.

1. Rappelons ici que les « images » sont mesurées par la question suivante : « Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si elle s'applique très bien, assez bien, pas très bien, ou pas bien du tout à… [candidat] : Il/elle vous inquiète, Il/elle est honnête, Il/elle comprend les problèmes des gens comme vous, il/elle veut vraiment changer les choses, il/elle a l'étoffe d'un président de la République. »

Revue française de science politique, vol. 57, n° 3-4, juin-août 2007, p. 329-342.
© 2007 Presses de Sciences Po.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Tableau 1. Images des candidats dans les quatre vagues du Baromètre politique français et dans le Panel électoral français (en pourcentage)

	Baromètre politique français				*Panel électoral français*
	Vague 1	*Vague 2*	*Vague 3*	*Vague 4*	*Vague 1*
S. Royal					
Il/elle vous inquiète	26	31	35	43	37
Il/elle a l'étoffe d'un président de la République	50	49	52	42	40
Il/elle est honnête	76	71	72	66	55
Il/elle veut vraiment changer les choses	63	64	64	59	59
Il/elle comprend les problèmes des gens comme vous	59	55	57	52	49
F. Bayrou					
Il/elle vous inquiète	28	27	27	26	22
Il/elle a l'étoffe d'un président de la République		29	36	47	46
Il/elle est honnête		64	65	74	59
Il/elle veut vraiment changer les choses		54	51	63	57
Il/elle comprend les problèmes des gens comme vous	51	46	51	61	53
N. Sarkozy					
Il/elle vous inquiète	49	49	52	52	52
Il/elle a l'étoffe d'un président de la République	55	58	64	69	61
Il/elle est honnête	63	60	62	58	44
Il/elle veut vraiment changer les choses	76	71	71	72	66
Il/elle comprend les problèmes des gens comme vous	52	53	54	52	42
J.-M. Le Pen					
Il/elle vous inquiète	65	66	67	67	65
Il/elle a l'étoffe d'un président de la République	14	15	16	20	22
Il/elle est honnête	29	30	34	37	31
Il/elle veut vraiment changer les choses	47	44	48	53	55
Il/elle comprend les problèmes des gens comme vous	31	29	32	35	28

Sources : Baromètre politique français (2006-2007), Cevipof ; PEF (2007), Cevipof-Ministère de l'Intérieur, Vague 1, « Enquête pré-électorale présidentielle 2007 ».

La comparaison des chiffres relevés dans le panel avec ceux des vagues antérieures fait apparaître une baisse quasi générale des pourcentages de réponses positives. Avant d'interpréter ces écarts à la lumière des événements ayant marqué la campagne, il faut s'interroger sur le caractère très systématique de cette évolution. On ne peut écarter l'hypothèse d'un effet induit par la méthode de recueil des données : il se

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

peut que le passage d'une enquête « téléphone » à une enquête « en face à face » ait eu pour effet imprévu une moindre tendance à acquiescer. Le fait que la diminution des réponses positives se vérifie à la fois pour les « qualités » (honnêteté, compréhension, volonté, stature présidentielle) et, dans trois cas sur quatre, sur les défauts (« il/elle vous inquiète ») va à l'appui de cette hypothèse.

Au-delà de cette dépression générale, c'est le qualificatif « d'honnête » qui subit la plus forte décroissance, soit : - 11 pour S. Royal, - 14 pour N. Sarkozy, et - 15 pour F. Bayrou. Cette différence est vraisemblablement due aux polémiques concernant le patrimoine immobilier des trois candidats [1].

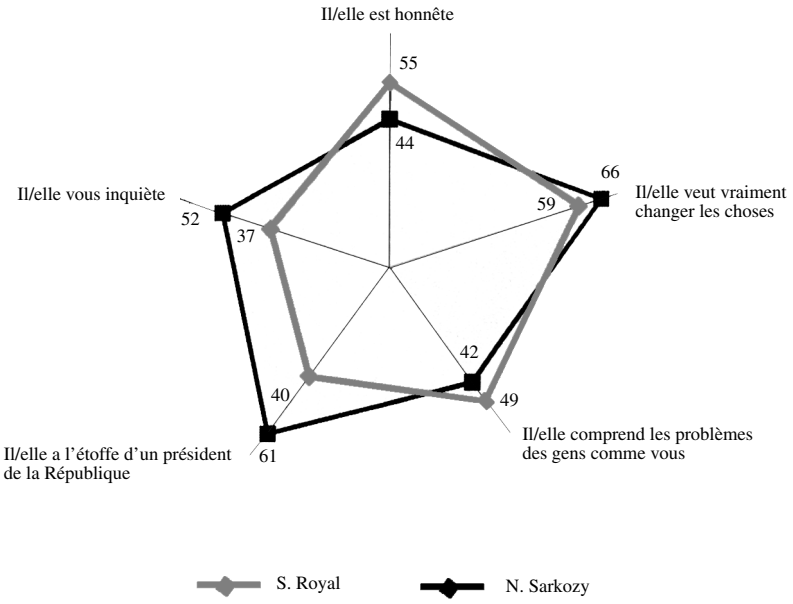
Compte tenu du fait que les changements sont au total à peu près de même ampleur pour chacun des quatre principaux candidats, leurs profils généraux et les différences qui les séparent demeurent à peu près constants (figure 1) :

La comparaison entre S. Royal et N. Sarkozy fait toujours apparaître un avantage pour ce dernier en termes de « stature présidentielle » et de « volonté de changement », alors que la candidate du PS l'emporte en « proximité avec les gens », « honnêteté » et caractère non « inquiétant ».

Les profils de S. Royal et F. Bayrou sont voisins, ce dernier dominant de peu sa concurrente en termes de « stature présidentielle », « honnêteté » et « proximité ».

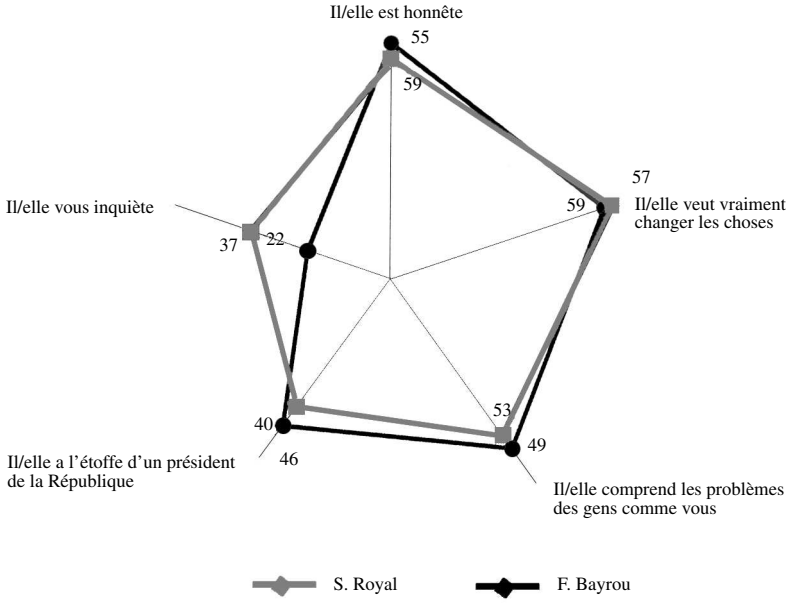
Enfin, les images de F. Bayrou et N. Sarkozy diffèrent grandement, le premier se distinguant par son caractère « honnête », sa « proximité », son caractère « non inquiétant », alors que le second domine par sa « stature présidentielle » et sa « volonté de changement ».

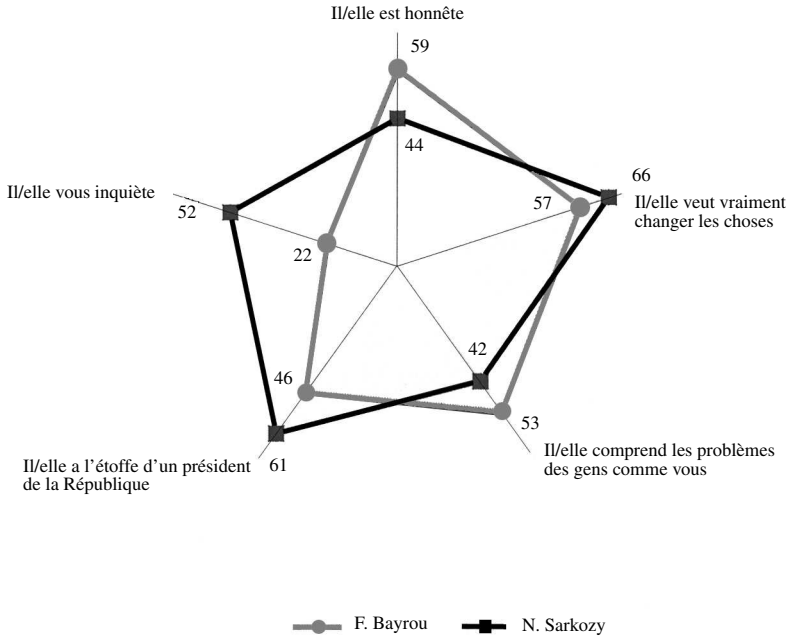
Figure 1. Qualités comparées des candidats dans le Panel électoral français



1. La polémique débute par un article du *Canard enchaîné* du 27 février et se poursuit dans les semaines suivantes. Or, le terrain de la 4e vague du Baromètre politique français a eu lieu avant cette date (5 au 19 février), tandis que le Panel électoral français se déroule à partir du 29 mars.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po





Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Le tableau 2, qui résume les analyses précédentes en sommant le nombre de qualités de chaque candidat (de 0 à 4), permet de comparer la distribution des deux dernières vagues d'enquête. Cette comparaison enregistre la diminution générale des pourcentages d'appréciations positives, aboutissant dans l'enquête la plus récente à une quasi-égalité des trois candidats arrivés en tête du premier tour, si l'on prend en compte le critère du nombre maximum de qualités (c'est-à-dire quatre qualités).

Tableau 2. Nombre de qualificatifs positifs pour chaque candidat (en pourcentage)

Nombre de qualificatifs positifs : Vague 4 BPF	*S. Royal*	*F. Bayrou*	*N. Sarkozy*	*J.-M. Le Pen*
0	20	16	16	34
1	18	14	14	24
2	17	15	15	16
3	16	19	15	13
4	*30*	*36*	*40*	*12*
Total	100	100	100	100

Nombre de qualificatifs positifs : Vague 1 PEF	*S. Royal*	*F. Bayrou*	*N. Sarkozy*	*J.-M. Le Pen*
0	24	22	22	35
1	16	15	15	27
2	17	16	16	16
3	16	18	18	10
4	*26*	*28*	*30*	*11*
Total	100	100	100	100

L'analyse des variations d'images selon les caractéristiques socio-démographiques et politiques confirme largement les constatations faites dans les rapports issus des vagues d'enquête précédentes.

– Il n'y a guère de différences en fonction du sexe, même dans le cas de S. Royal qui ne bénéficie que d'un avantage insignifiant parmi les femmes (27 % des femmes lui attribuent 4 qualités, contre 25 % des hommes).

– Les jeunes ont plus fréquemment une image positive de S. Royal et attribuent moins souvent des traits positifs à N. Sarkozy : ainsi, 20 % des 18-24 ans lui reconnaissent quatre qualités, contre 41 % des 65 ans et plus.

– Deux candidats, J.-M. Le Pen et N. Sarkozy bénéficient d'images plus positives au sein des catégories sociales exclues de l'enseignement long : ainsi 35 % de ceux qui n'ont pas poursuivi l'école au-delà de 14 ans attribuent quatre qualités à N. Sarkozy, contre 26 % de ceux qui ont suivi des études au-delà de 23 ans.

– Le tableau 3 fait apparaître une série de différences – en général assez peu accusées – selon la catégorie socioprofessionnelle de l'interviewé : les enseignants s'y montrent plus sensibles à la fois à l'image de S. Royal et à celle de F. Bayrou, les ouvriers un peu plus convaincus par la candidate du PS, les professions indépendantes (agriculteurs, artisans) plus séduites par la personnalité de N. Sarkozy.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Tableau 3. Pourcentages de répondants attribuant 4 qualités aux personnalités selon la profession de la personne interrogée

	S. Royal	*F. Bayrou*	*N. Sarkozy*	*J.-M. Le Pen*
Agriculteur	19	29	42	14
Artisan, comm. chef d'entreprise	16	28	43	12
Profession libérale, cadre sup.	22	30	33	9
Enseignant	30	34	24	6
Profession intermédiaire	21	27	31	7
Employé	29	30	27	11
Ouvrier	30	28	26	16
Etudiant, élève	27	27	20	4
N'a jamais travaillé	29	26	37	11
ENSEMBLE	26	28	30	11

Mais c'est au total, comme dans les quatre vagues d'enquête précédentes, la position sur une échelle gauche-droite qui détermine les différences d'images les plus marquées entre les quatre candidats. Selon une parfaite logique politique, chacun d'entre eux bénéficie des jugements les plus positifs dans sa niche politique la plus attendue : S. Royal « à gauche » (53 %), F. Bayrou « au centre » (34 %), N. Sarkozy « à droite » (62 %), et J.-M. Le Pen « très à droite » (57 %).

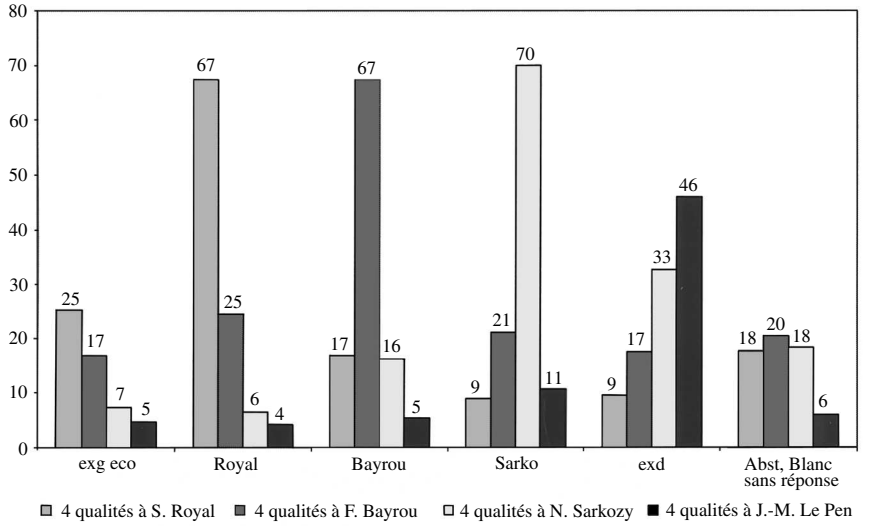
Tableau 4. Pourcentages de répondants attribuant 4 qualités aux personnalités, selon l'auto-positionnement sur une échelle gauche-droite

Pourcentages attribuant 4 qualités à…	*S. Royal*	*F. Bayrou*	*N. Sarkozy*	*J.-M. Le Pen*
Très à gauche	42	24	8	8
À gauche	53	28	6	3
Au centre	26	34	28	8
À droite	8	25	62	14
Très à droite	10	20	47	57
Ni à gauche, ni à droite	19	31	25	10
ENSEMBLE	26	28	30	11

Dans les vagues d'enquête précédentes, le vote du 22 avril 2007 constituait une échéance relativement lointaine, qui demeurait quelque peu abstraite aussi longtemps que la définition de la liste des candidats n'était pas achevée et que la campagne électorale officielle n'avait pas débuté. Cette fois, nos données précédant de peu le vote effectif du 22 avril, la vérification de « l'effet images » prend tout son sens alors que la campagne bat son plein. Avant de s'interroger sur le poids relatif du facteur « image » comparé à d'autres déterminants, examinons les qualités attribuées aux candidats au sein des différents électorats.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Graphique 1. Quatre qualités attribuées aux candidats selon les intentions de vote du 1er tour



L'analyse des résultats, lisible dans le graphique 1, montre d'abord que, dans leurs électorats respectifs, les quatre principaux candidats obtiennent leurs pourcentages maximum d'appréciations positives (attribution de quatre qualités) : c'est le cas pour 67 % des répondants dans l'électorat de S. Royal, 67 % aussi dans celui de F. Bayrou, 70 % pour celui de N. Sarkozy et un peu moins dans celui de J.-M. Le Pen (46 %).

Dans l'électorat d'extrême gauche [1], les qualités accordées à S. Royal dominent, mais se situent à un assez faible niveau (25 %). À l'extrême droite [2] en revanche, N. Sarkozy vient en second avec un score assez élevé (33 %).

Le positionnement « central » de F. Bayrou se mesure au fait que dans tous les électorats (à l'exception de l'extrême droite), il vient en second rang et en premier parmi les abstentionnistes [3].

Mais pour évaluer correctement le « poids spécifique » des images de candidats dans la décision de vote, il faut le comparer avec d'autres critères qui demeurent des facteurs explicatifs importants, tels que le positionnement politique (échelle gauche-droite) et les proximités partisanes. Le tableau 5 résume les résultats de ce traitement statistique.

1. Auquel on a joint ici les électeurs de J. Bové et D. Voynet.

2. F. Nihous et Ph. de Villiers ont été ajoutés ici aux intentions de vote pour J.-M. Le Pen.

3. Ou votant « blanc » ou « nul », auxquels on a ajouté ceux qui refusent de déclarer un vote.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Tableau 5. Coefficients d'association (V de Cramer) entre : échelle gauche-droite, proximité partisane, qualités positives et négatives… et intentions de votes (par exemple : il y a un coefficient d'association de 0,51 entre la position sur l'échelle gauche-droite et l'intention de voter pour S. Royal)

	S. Royal	*F. Bayrou*	*N. Sarkozy*	*J.-M. Le Pen*
Échelle gauche-droite	.47	.24	.50	.42
Proximité partisane	.51	.42	.60	.55
Qualités positives	.56	.42	.60	.50
Inquiète	.29	.21	.51	.32
Coefficient du modèle [a]	*.54*	*.42*	*.61*	*.50*

a. Ce coefficient exprime la part totale de variance expliquée par le modèle.

L'échelle gauche-droite et la proximité partisane continuent à rendre compte efficacement des votes pour les quatre candidats (avec cependant un coefficient plus faible pour l'association entre l'échelle gauche-droite et le vote pour F. Bayrou).

Dans tous les cas, l'association de qualités positives aux candidats constitue un critère explicatif très important, alors que le degré d'inquiétude joue de façon plus déterminante dans le cas de N. Sarkozy.

Mais l'analyse statistique [1] montre aussi que « toutes choses égales par ailleurs », c'est-à-dire à échelle gauche-droite et proximité partisane contrôlées, les images positives attribuées aux candidats sont les variables les plus prédictives du vote en leur faveur. Ces modèles, enfin, ont des coefficients (R^2) qui expriment une part très importante de la variance du vote.

LES IMAGES, SUPPORTS DE DÉCISION ÉLECTORALE ?

Puisque les images des candidats jouent un rôle important dans l'orientation de la décision politique, on peut se demander si ce même facteur joue ou non un rôle dans la mobilisation des électeurs. Cette mobilisation peut se mesurer à l'aide de trois questions posées ici : la certitude d'aller voter au premier et au second tour de l'élection et le caractère récent ou non du choix. À partir des réponses à ces questions, une catégorie d'électeurs dits « hésitants » a été construite [2]. On vérifie d'abord que le groupe ainsi sélectionné a bien des caractéristiques qui correspondent à celles d'électeurs plus ou moins fermes dans leur décision de vote :

Tableau 6. Pourcentage d'hésitants selon l'intérêt politique et selon la proximité politique

Intérêt pour la politique	*% d'hésitants*	*Se sent proche d'un parti politique*	*% d'hésitants*
Beaucoup	38	Très proche	16
Assez	42	Assez proche	31
Peu	55	Peu proche	54
Pas du tout	59	Pas proche du tout	62
Ensemble	49	Ensemble	49

1. Il s'agit ici d'un modèle de régression logistique.

2. On nomme ici « hésitants » ceux qui ne sont pas certains d'aller voter au 1er et/ou au 2nd tour et/ou qui ont pris leur décision « récemment » pour le 1er tour de l'élection. Il ne s'agit donc pas nécessairement d'électeurs hésitants entre plusieurs candidats, mais d'électeurs dont la décision d'aller voter manque de fermeté.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

De fait, on constate que les pourcentages d'hésitants, au sens de cet indicateur, sont beaucoup plus élevés parmi ceux qui ne s'intéressent pas à la politique (59 %) ou qui ne se sentent pas proches du tout d'un parti (62 %).

Comment varient ces taux d'hésitants selon les images des candidats ? Le tableau 7 indique, pour chacun des deux candidats de second tour, les pourcentages d'électeurs « hésitants » selon le nombre de qualités attribuées au candidat.

Tableau 7. Pourcentage d'hésitants dans les électorats de S. Royal et N. Sarkozy selon le nombre de qualités accordées à ces candidats

Électeurs de gauche		*Électeurs de droite*	
Nombre de qualités attribuées à S. Royal	*% hésitants*	*Nombre de qualités attribuées à N. Sarkozy*	*% hésitants*
0	54	0	45
1	66	1	50
2	61	2	55
3	54	3	40
4	38	4	28
ensemble	48	ensemble	36

Les résultats confirment l'hypothèse d'images jouant chez l'électeur un rôle mobilisateur : parmi les répondants qui attribuent quatre qualités à S. Royal, le pourcentage d'hésitants n'est que de 38 %. Il est au maximum chez ceux qui lui attribuent une seule qualité (66 %). Pour les électeurs de N. Sarkozy, la situation est la même : 28 % seulement de ceux qui lui attribuent quatre qualités sont « hésitants », contre 55 % de ceux qui lui en attribuent deux.

LES HYPOTHÈSES DE SECOND TOUR

Comment interviennent les images dans les décisions de vote relatives au second tour [1] ? La contrainte d'un choix limité à deux candidats clairement identifiés en termes de positionnement sur la dimension gauche-droite devrait logiquement réduire le poids des facteurs personnels : on conçoit que les qualités interviennent beaucoup lorsque plusieurs candidats se partagent un segment électoral commun (la gauche ou la droite). Il est plus difficile d'imaginer un électeur « de gauche » votant pour le candidat « de droite » (ou l'inverse) en raison de ces mêmes qualités.

L'analyse des qualités attribuées aux candidats de second tour, selon le vote pour ces mêmes candidats (graphique 2), donne une première série d'indications.

On constate en effet que les pourcentages de votants de second tour attribuant quatre qualités à leur candidat sont élevés : 54 % pour S. Royal, 62 % pour N. Sarkozy, alors que, parmi les abstentionnistes [2], ces mêmes pourcentages ne s'élèvent respectivement qu'à 8 % et 11 %. Il faut cependant remarquer qu'au premier tour de l'élection, S. Royal et N. Sarkozy bénéficiaient d'images nettement plus positives : respectivement 67 % et 70 % [3]. Ces écarts s'expliquent évidemment par le fait que les

1. L'hypothèse d'un second tour opposant S. Royal à N. Sarkozy a été testée dans ce questionnaire.

2. Auquel on a ajouté les votes « blancs » et les « sans réponse ».

3. Voir plus haut graphique 1.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

électorats de second tour sont plus composites : ils comprennent davantage d'électeurs qui avaient fait un autre choix au premier tour, pour partie parce qu'ils n'avaient pas une excellente image du candidat qu'ils sont « contraints » de choisir au second tour.

Graphique 2. Quatre qualités attribuées aux candidats selon les intentions de vote du 2nd tour

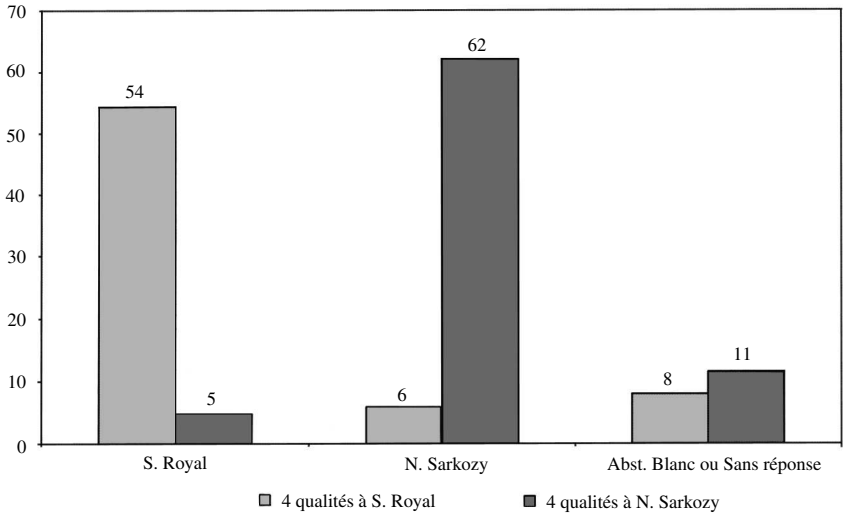


Tableau 8. Intentions de vote au second tour (% exprimés) selon les positions sur l'échelle gauche-droite et les qualités attribuées au candidat (par exemple, parmi ceux qui se situent à gauche *et* attribuent quatre qualités à S. Royal, 98 % ont l'intention de voter pour elle)

Vote pour S. Royal au second tour				
Nombre de qualités attribuées à S. Royal	*Gauche*	*Centre*	*Droite*	*Ni gauche ni droite*
0	50	13	1	13
1	73	29	2	35
2	92	42	7	36
3	95	63	14	58
4	*98*	88	63	79
Total	92	54	9	45

Vote pour N. Sarkozy au second tour				
Nombre de qualités attribuées à N. Sarkozy	*Gauche*	*Centre*	*Droite*	*Ni gauche ni droite*
0	1	7	21	8
1	1	8	52	28
2	6	31	88	42
3	22	72	96	70
4	54	83	*99*	94
Total	8	46	91	55

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Le tableau 8 met en relation les intentions de vote de second tour, *simultanément* avec les positions sur l'échelle gauche/droite *et* avec les qualités que l'on attribue aux candidats. On note évidemment que les intentions de vote maximales pour l'un ou l'autre des candidats s'observent dans les situations idéologiquement cohérentes : 98 % des électeurs « de gauche » qui apprécient positivement S. Royal (quatre qualités) déclarent une intention de vote en sa faveur. Il en va de même à droite, où 99 % des *supporters* de N. Sarkozy (quatre qualités) s'apprêtent à voter pour lui. Au centre, et parmi les « ni gauche ni droite », la perception de qualités est aussi un facteur important d'orientation pour le candidat.

Mais on note aussi que le facteur « image » continue à affecter les intentions de vote de façon importante : pour un électeur de « droite », attribuer quatre qualités à S. Royal conduit à une intention de vote dans deux tiers des cas (63 %). La situation est à peu près identique dans l'autre camp, puisque 54 % des électeurs « de gauche » qui attribuent quatre qualités à N. Sarkozy s'apprêtent à voter pour lui au second tour de l'élection présidentielle.

Le tableau 9 permet de prendre la mesure des effets statistiques de chacune des variables sélectionnées, la position sur l'échelle gauche-droite, la proximité partisane, les qualités du candidat, et l'inquiétude qu'il génère, en indiquant les coefficients d'associations entre ces quatre variables et l'intention de vote de second tour. On remarque que, globalement, tous ces coefficients sont importants (le facteur « inquiétude » concernant S. Royal étant plus limité).

Tableau 9. Coefficients d'association (V de Cramer) et coefficients de régression entre les deux candidats du second tour

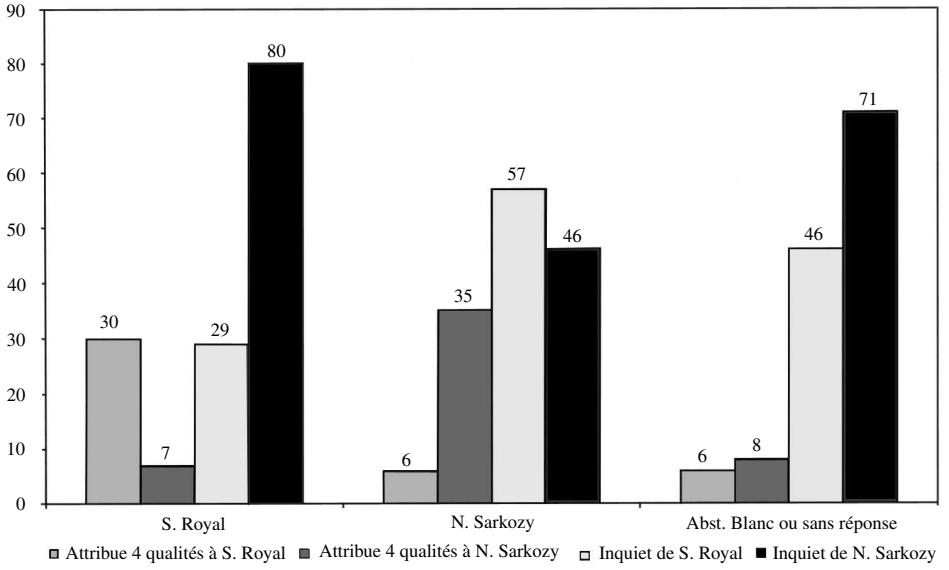
	S. Royal	*N. Sarkozy*
Échelle gauche-droite	.65	.66
Proximité partisane	.69	.69
Qualités positives	.62	.72
Inquiète	.35	.64
Coefficient du modèle	.69	.75

Lorsque ces variables explicatives sont mises en concurrence dans un modèle explicatif du vote (sous forme d'une régression logistique), on constate d'abord que la part de variance expliquée est considérable (.69 dans le cas de S. Royal, .75 dans celui de N. Sarkozy). Mais l'examen plus détaillé des coefficients montre que, cette fois, l'échelle gauche-droite retrouve une importance cruciale.

Dans la mesure où l'électorat de F. Bayrou constitue une des clés du second tour de l'élection, il est intéressant de se demander en quoi, au sein même de cet électorat, les images de deux finalistes diffèrent. Plus précisément, quelles qualités sont attribuées aux candidats par ceux qui ont opté pour F. Bayrou au premier tour selon qu'ils s'apprêtent au second tour à voter pour l'un ou l'autre des deux candidats (ou à s'abstenir).

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

Graphique 3. Qualités attribuées aux candidats parmi les électeurs de F. Bayrou au premier tour, selon que ces électeurs ont l'intention de voter pour S. Royal, pour N. Sarkozy ou de s'abstenir



Les résultats montrent que, là encore, les notes attribuées aux candidats sont un facteur important de différentiation des électorats : S. Royal obtient plus de classements positifs (30 %) parmi les électeurs de F. Bayrou qui projettent de voter pour elle au second tour ; il en est de même pour N. Sarkozy pour les électeurs qui privilégient ce vote (57 %)

Enfin, les électeurs de F. Bayrou qui n'indiquent pas de choix pour le second tour se distinguent par le fait qu'ils perçoivent peu de qualités pour les deux candidats et s'inquiètent considérablement tant de la candidature de S. Royal que de celle de N. Sarkozy (46 % et 71 %).

**

Les qualités reconnues aux candidats comme les inquiétudes qu'ils inspirent ont constitué jusqu'aux derniers jours de campagne un thème de discussion important et dans les médias et, selon toute vraisemblance, chez les électeurs eux-mêmes. Les enquêtes réalisées par le Cevipof dans cette période ont démontré à la fois le caractère contingent de ces données et leurs potentiels structurants. Les images ne constituent pas en effet des invariants donnés en début de campagne et attachés pour toute sa durée à un candidat. Pour de bonnes ou de mauvaises raisons, l'image des candidats varie au gré des déclarations, des débats, des prises de position. Les enquêtes effectuées au cours des 12 mois écoulés portent la trace de ces évolutions : relativement stables au début de la campagne, les images ont paru volatiles dans les tout derniers mois.

À l'analyse, il est apparu que les images ont un pouvoir explicatif considérable sur les intentions de vote. Cette capacité doit être mesurée non dans l'absolu, mais en comparaison avec d'autres facteurs d'explication du vote plus connus. Dans nos analyses, nous avons privilégié la comparaison avec deux fondamentaux : la position sur l'échelle

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

gauche-droite et la proximité politique. Or, les résultats démontrent pour l'essentiel que, mis en concurrence avec ces facteurs, le pouvoir explicatif des images est du même ordre de grandeur que ces attributs classiques, et parfois même supérieur. Cette supériorité tient sans doute pour partie au fait que tout le monde ou à peu près peut exprimer des « sentiments » à l'égard d'une personnalité, alors que le placement sur une dimension gauche-droite ou la proximité partisane sont parfois plus difficiles à investir.

Le débat qui a opposé entre les deux tours de l'élection présidentielle Ségolène Royal à Nicolas Sarkozy a enfin constitué une dernière confirmation du poids des qualités attribuées aux candidats. Une étude réalisée pour le Cevipof auprès d'un panel permet d'en apprécier certains effets. Au total, et contrairement aux jugements exprimés dans la presse du lendemain, il y a bien, pour les personnes interrogées, un « vainqueur » du débat. À la question : « Concernant le débat, qui, selon vous, des deux candidats a été le meilleur ? », 25 % citent S. Royal, contre 40 % N. Sarkozy [1]. Cette même étude montre que ceux qui jugent que S. Royal a été « convaincante » durant le débat lui attribuent plus de qualités qu'avant le premier tour de l'élection. Mais « l'effet image » trouve ici des limites, puisque 95 % des personnes interrogées déclarent qu'en fin de compte, le débat qu'ils ont suivi ne les a pas conduit à changer leur intention de vote.

Daniel Boy est directeur de recherche au Cevipof (Centre de recherches politiques de Sciences Po). Il a notamment publié : *Le progrès en procès*, Paris, Presses de la Renaissance, 1999 ; (avec Suzanne de Cheveigné, Jean-Christophe Galloux, dir.) *Les biotechnologies en débat*, Paris, Balland, 2002 ; « La place de l'écologie politique », dans Pascal Perrineau, Colette Ysmal (dir.), *Le vote de tous les refus. Les élections présidentielle et législatives de 2002*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003, p. 275-288 ; (avec Dominique Bourg) *Les conférences de citoyens, mode d'emploi*, Paris, Éditions Charles Léopold Mayer/Descartes et Cie, 2005. Depuis une vingtaine d'années, il a exercé ses activités de recherche et d'enseignement dans trois domaines principaux : la sociologie électorale ; l'analyse des mouvements écologistes en Europe ; l'évolution des attitudes du public à l'égard du développement scientifique et technique (Cevipof, 98 rue de l'Université, 75007 Paris <daniel.boy@sciences-po.fr>).

Jean Chiche est docteur en statistiques mathématiques et chercheur CNRS au Cevipof (Centre de recherches politiques de Sciences Po). Il a récemment publié : (avec Brigitte Le Roux) « Specific Multiple Correspondence Analysis », *Cahiers helléniques d'analyse des données*, 2004 ; (avec Daniel Boy) « Les élections régionales de 2004 : le retour de la gauche ? », dans Bernard Dolez, Annie Laurent, Claude Patriat (dir.), *Le vote rebelle*, Dijon, Presses universitaires de Dijon, 2005, p. 117-130 ; (avec Daniel Boy) « La gauche radicale et les Verts, des contestations hétérogènes », dans Pascal Perrineau (dir.), *Le vote européen 2004-2005. De l'élargissement au référendum français*, Paris, Presses de Sciences Po, 2005, p. 205-228 ; (avec Daniel Boy) « Les structures politiques et sociales du vote Non », dans Annie Laurent, Nicolas Sauger (dir.), « Le référendum de ratification du Traité constitutionnel européen : Comprendre le "Non" français », *Les Cahiers du Cevipof*, 2, juillet

1. Les autres réponses se partagent entre « Ils ont été aussi bons l'un que l'autre » (25 %) et « Ils n'ont été bons ni l'un ni l'autre » (10 %) : Vague 2 du panel internaute Cevipof-Fondation Jean Jaurès.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po

2005, p. 92-109 ; (avec Éric Belanger, Michael Lewis Beck, Vincent Tiberj) « Party, Ideology, and Vote Intentions : Dynamics from the French Electoral Panel », *Political Research*, 59 (4), décembre 2006, p. 503-517. Ses recherches se sont développées dans trois domaines : le comportement électoral et les élections, la méthodologie – sondages, enquêtes, opinion publique – et les statistiques, plus précisément l'analyse géométrique des données (Cevipof, 98 rue de l'Université, 75007 Paris <jean.chiche@sciences-po.fr>).

RÉSUMÉ/ABSTRACT

L'IMAGE DES CANDIDATS DANS LA DÉCISION ÉLECTORALE

Les images ont un pouvoir explicatif considérable sur les intentions de vote. Cette capacité doit être mesurée non dans l'absolu, mais en comparaison aux deux fondamentaux : la position sur l'échelle gauche-droite et la proximité politique. Les résultats démontrent pour l'essentiel que, mis en concurrence avec ces facteurs, le pouvoir explicatif des images est du même ordre de grandeur que ces attributs classiques, et parfois même supérieur. Cette supériorité tient pour partie au fait que quasiment tout le monde peut exprimer des « sentiments » à l'égard d'une personnalité, alors que le placement sur une dimension gauche droite ou la proximité partisane sont parfois plus difficiles à investir.

THE IMAGE OF THE CANDIDATES IN THE ELECTORAL DECISION

The images have a considerable explanatory power on the vote's intentions. This capacity must be not theoretically measured, but in comparison to both fundamental facts : the position on the left-right scale and the political nearness. The results demonstrate for the main part that, put in competition with these factors, the explanatory power of the images is the same order of height as these classic attributes, and even sometimes superior. This superiority holds partly the fact that everybody or about can express « feelings » towards a personality while the setting on a left-right dimension or the partisan nearness are sometimes more difficult to achieve.

Document téléchargé depuis www.cairn.info - Institut d'Etudes Politiques de Paris - - 193.54.67.94 - 03/11/2014 12h34. © Presses de Sciences Po